
RESUMEN
BALANCE
DE GESTIÓN INTEGRAL
AÑO 2007

**DIRECCIÓN GENERAL DE
RELACIONES ECÓNICAS
INTERNACIONALES**

SANTIAGO DE CHILE

1. Identificación de la Institución

• Misión Institucional

Ejecutar y coordinar la política de Gobierno en materia de Relaciones Económicas Internacionales, para promover una adecuada inserción de Chile en el mundo, mediante la negociación y administración de acuerdos económicos internacionales y la promoción de exportaciones de bienes y servicios nacionales.

• Objetivos Estratégicos

Número	Descripción
1	Negociar y promover la profundización de acuerdos internacionales de carácter económico-comercial, dando cumplimiento a las decisiones del Comité Interministerial de Negociaciones Económicas Internacionales, integrado por los Ministerios de Relaciones Exteriores, Hacienda, Economía, SEGPRES y Agricultura. Con el fin de asegurar una adecuada inserción de Chile en los mercados más significativos para el país.
2	Implementar y administrar en forma oportuna y eficiente los compromisos institucionales y de acceso a mercados derivados de los Acuerdos suscritos, con el fin de cumplir adecuadamente las obligaciones contraídas en el marco de cada TLC. Asimismo se busca difundir las oportunidades comerciales que surgen, para el sector privado.
3	Maximizar el impacto real de las acciones de promoción de exportaciones, dentro del contexto de la política económica internacional que fije el Gobierno, focalizándose en mercados con alta demanda potencial, y en el apoyo a empresas y productos competitivos, de esta manera se busca contribuir a que dichas empresas aumenten, consoliden o diversifiquen sus exportaciones.
4	Proporcionar una atención de excelencia a nuestros clientes, mejorando continuamente productos y/o servicios para satisfacer sus necesidades en materia de negociaciones internacionales y promoción de exportaciones, asegurando la asignación de recursos necesarios para este efecto.
5	Diseñar e implementar estrategias de promoción de exportaciones en los Sectores relevantes para el País, manteniendo una imagen país sólida frente al resto de los actores relevantes del comercio mundial. Este proceso busca la ampliación, consolidación y profundización de la base exportadora nacional.

• Productos Estratégicos vinculado a Objetivos Estratégicos

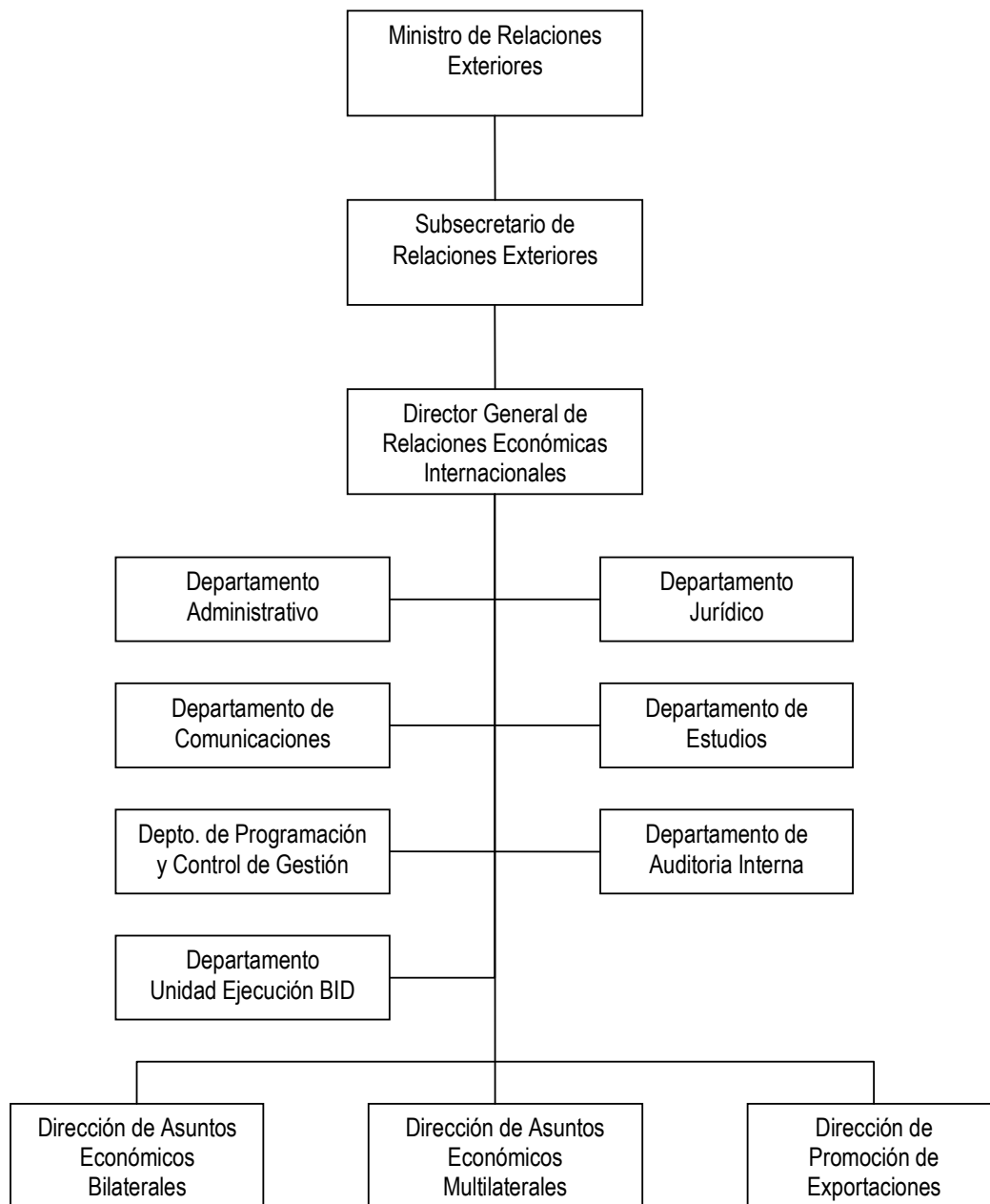
Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	<u>Información comercial</u> <ul style="list-style-type: none">• Información General• Atención Personalizada• Oportunidades de Negocios• Capacitación y Difusión de Oportunidades Comerciales	2,4

2	<u>Apoyo a estrategias de comercialización internacional</u> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a estrategias empresariales • Apoyo a estrategias asociativas • Apoyo a estrategias de posicionamiento económico comercial del país 	3,4,5
3	<u>Apoyo en los mercados de destino</u> <ul style="list-style-type: none"> • Gestiones en mercados para facilitación de negocios • Contactos y agendas • Inteligencia de mercado 	3,4,5
4	<u>Acciones de promoción comercial</u> <ul style="list-style-type: none"> • Participación en ferias internacionales • Misiones comerciales • Prospecciones de mercado • Acciones de posicionamiento de productos 	3,4,5
5	<u>Implementación, administración y negociación de acuerdos</u> <ul style="list-style-type: none"> • Implementación y Administración de Acuerdos <ul style="list-style-type: none"> - Implementación y administración de compromisos institucionales y de acceso a mercados - Atención de problemas y defensa de intereses comerciales - Difusión de ventajas y oportunidades - Detección de oportunidades económicas • Profundización de Acuerdos y nuevas negociaciones <ul style="list-style-type: none"> - Rondas de negociaciones - Acuerdos 	1,2,4,5

• **Cientes / Beneficiarios / Usuarios**

Número	Nombre
1	La sociedad Chilena en todo su conjunto
2	Empresas exportadores y empresas con potencial exportador
3	Empresas importadoras y con potencial importador

- **Organigrama y Ubicación en la estructura del Ministerio**



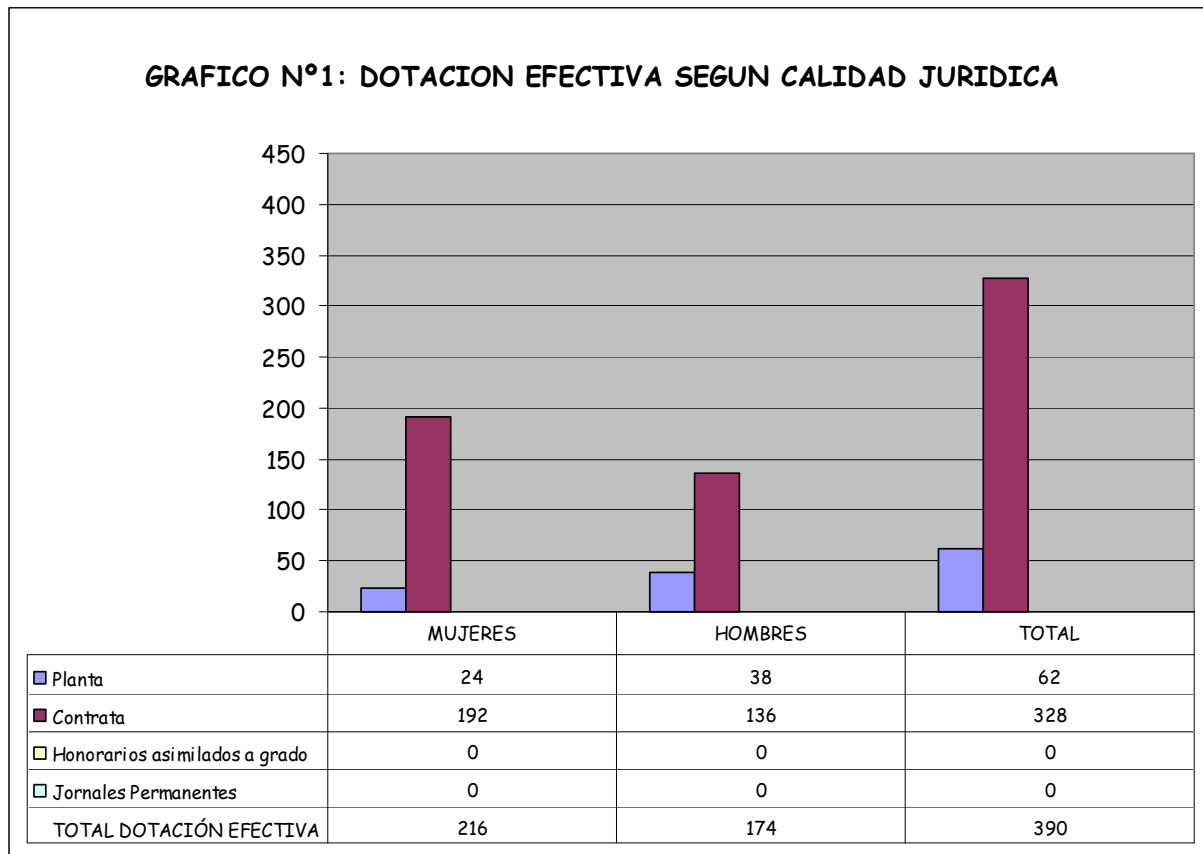
Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director General	Carlos Furche G.
Director Asuntos Económicos Bilaterales	Andrés Rebolledo S.
Director Asuntos Económicos Multilaterales	Igor Garafulic O.
Directora Promoción de Exportaciones	Alicia Frohmann S.
Jefe Departamento Jurídico	Alejandro Buvinic A.
Jefe Departamento Administrativo	Alejandro Moya A.

2. Recursos Humanos

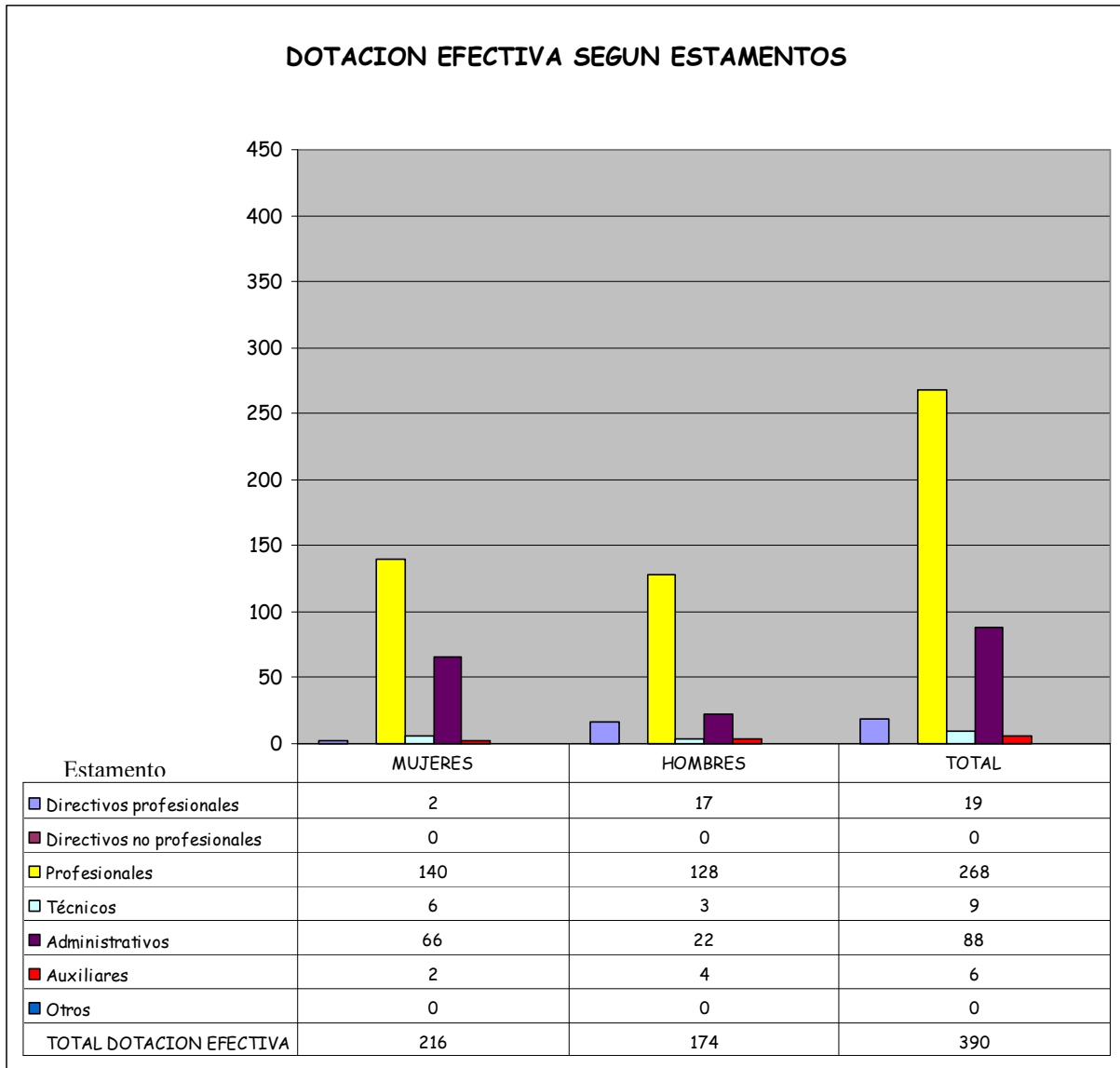
a) Dotación de Personal

- Dotación Efectiva año 2007¹ por tipo de Contrato (mujeres y hombres)

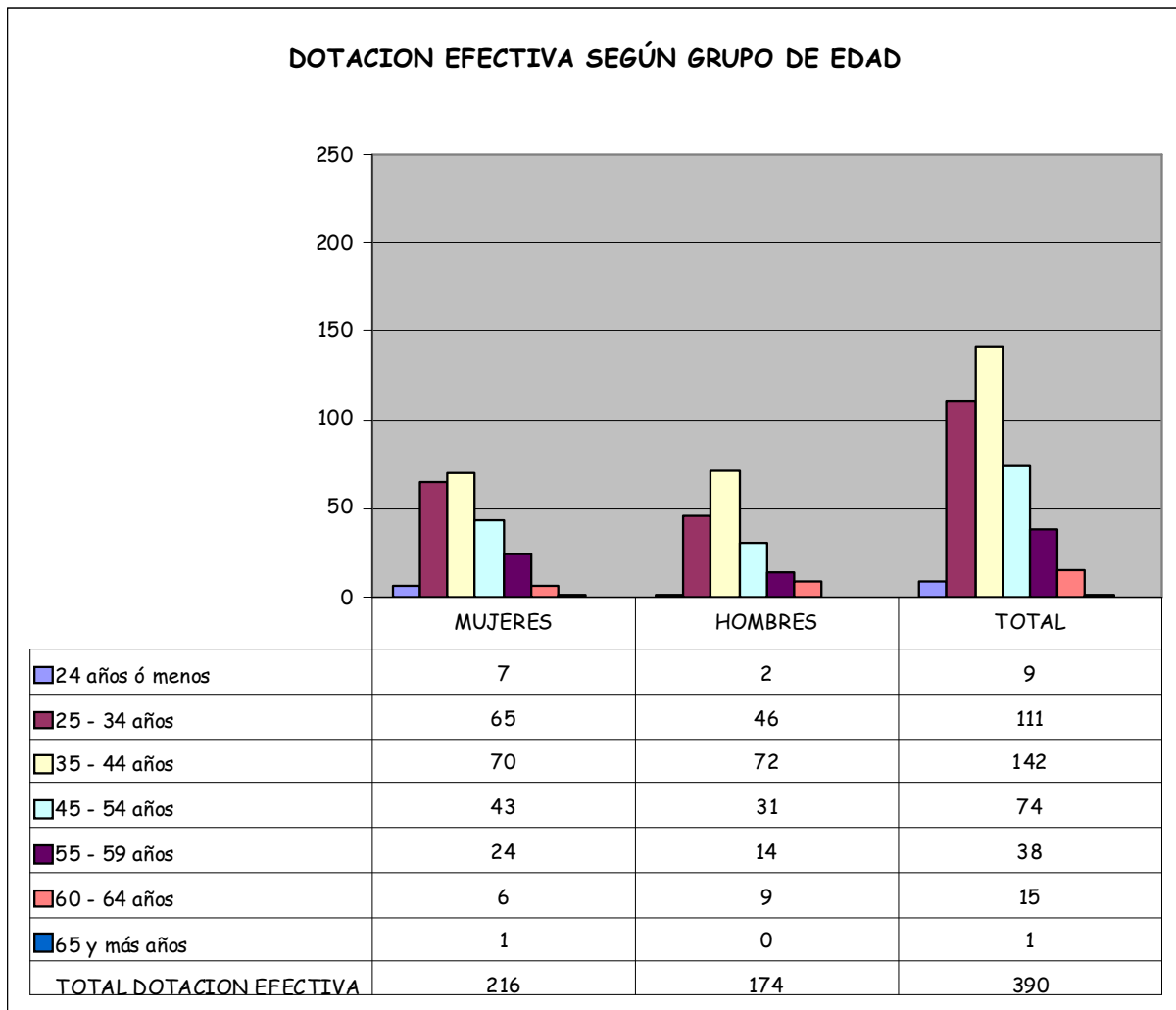


¹ Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, jornales permanentes y otro personal permanente, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2006. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no corresponde a la dotación efectiva de personal.

Dotación Efectiva año 2007 por Estamento (mujeres y hombres)



Dotación Efectiva año 2007 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



3. Recursos Financieros

a) Recursos Presupuestarios año 2007

a.1) Recursos Presupuestarios año 2007 Moneda Nacional

PROGRAMA 01 "Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales"

Recursos Presupuestarios 2007			
Ingresos Presupuestarios Percibidos		Gastos Presupuestarios Ejecutados	
Descripción	Monto M\$	Descripción	Monto M\$
Aporte Fiscal	6.532.774	Corriente ²	7.551.303
Endeudamiento ³		De Capital ⁴	79.403
Otros Ingresos ⁵	1.553.359	Otros Gastos ⁶	455.427
TOTAL	8.086.133	TOTAL	8.086.133

PROGRAMA 02 "Promoción de Exportaciones"

Recursos Presupuestarios 2007			
Ingresos Presupuestarios Percibidos		Gastos Presupuestarios Ejecutados	
Descripción	Monto M\$	Descripción	Monto M\$
Aporte Fiscal	2.738.422	Corriente	5.504.588
Endeudamiento		De Capital	29.755
Otros Ingresos	3.790.347	Otros Gastos	994.426
TOTAL	6.528.769	TOTAL	6.528.769

2 Los gastos Corrientes corresponden a la suma de los subtítulos 21, 22, 23 y 24.

3 Corresponde a los recursos provenientes de créditos de organismos multilaterales.

4 Los gastos de Capital corresponden a la suma de los subtítulos 29, subtítulo 31, subtítulo 33 más el subtítulo 32 ítem 05, cuando corresponda.

5 Incluye el Saldo Inicial de Caja y todos los ingresos no considerados en alguna de las categorías anteriores.

6 Incluye el Saldo Final de Caja y todos los gastos no considerados en alguna de las categorías anteriores.

a.2) Recursos Presupuestarios año 2007 Moneda Extranjera

PROGRAMA 01 "Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales"

Recursos Presupuestarios 2007			
Ingresos Presupuestarios Percibidos		Gastos Presupuestarios Ejecutados	
Descripción	Monto MUS\$	Descripción	Monto MUS\$
Aporte Fiscal	12.089	Corriente	14.171
Endeudamiento	886	De Capital	396
Otros Ingresos	2.626	Otros Gastos	1.034
TOTAL	15.601	TOTAL	15.601

PROGRAMA 02 "Promoción de Exportaciones"

Recursos Presupuestarios 2007			
Ingresos Presupuestarios Percibidos		Gastos Presupuestarios Ejecutados	
Descripción	Monto MUS\$	Descripción	Monto MUS\$
Aporte Fiscal	3.491	Corriente	15.102
Endeudamiento		De Capital	62
Otros Ingresos	14.860	Otros Gastos	3.187
TOTAL	18.351	TOTAL	18.351

4. Resultados de la Gestión 2007

En el año 2007, la gestión de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales – DIRECON - estuvo orientada principalmente a seguir avanzando en el proceso de integración a la economía mundial como factor de apoyo al desarrollo económico y en el aprovechamiento de las oportunidades surgidas de los Acuerdos Comerciales suscritos por Chile. Para estos efectos la DIRECON coordinó y ejecutó acciones en dos grandes áreas: a) negociaciones comerciales e implementación y administración de acuerdos y b) promoción de exportaciones.

En relación a las negociaciones comerciales, continuaron las negociaciones con varios países, mediante información y estudios se contribuyó a la aprobación legislativa de nuevos acuerdos y paralelamente se fortalecieron las actividades de seguimiento, implementación y administración de los acuerdos en vigor. A esto se une la activa participación en organismos multilaterales, y el monitoreo y seguimiento de las inversiones chilenas en el exterior.

Con los países de Asia se mantuvo una intensa agenda, destacándose el inicio de la negociación de un TLC con Malasia, realizándose la primera ronda de negociaciones entre el 4 y 6 de junio en Kuala Lumpur y la segunda, los días 23 y 24 de octubre en Santiago. Ambos países aceptaron intercambiar propuestas de texto de los capítulos que tendrá el futuro TLC. Se anunció en la Cumbre de Líderes APEC (Sydney, 7 de septiembre) del inicio de las negociaciones de un TLC con Vietnam, previstas comenzar en los primeros meses de 2008.

Con respecto a China, se avanzó en las negociaciones de los capítulos sobre Comercio de Servicios e Inversiones, las que se materializaron a través de la realización de la tercera y cuarta ronda de negociaciones, los días 9 y 11 de Julio y 31 de octubre al 2 de noviembre, ambas en Beijing, acordándose incorporar en capítulos distintos el comercio de servicios y servicios financieros, el capítulo sobre inversiones será considerado posteriormente. Se firmó además un Memorándum de Entendimiento Medioambiental (21 de septiembre).

Por otro lado, se iniciaron las negociaciones con Australia, sosteniéndose la primera ronda formal los días 27,28 y 29 de junio en Canberra. La segunda ronda se realizó en Santiago entre el 8 y 12 de octubre del año 2007. Ambas partes están optimistas de poder concluir exitosamente las negociaciones, durante el primer semestre de 2008.

En las negociaciones con América Latina destaca la suscripción del Protocolo Bilateral entre Chile y Guatemala, en marco del TLC con Centroamérica. Por su parte, el Protocolo Adicional con Honduras culminó el proceso parlamentario. Los Acuerdos de Libre Comercio suscritos entre Chile-Colombia y Chile-Perú terminaron su fase legislativa en la Cámara Baja. Lo mismo ocurrió con el Acuerdo de Complementación Económica Chile-Cuba.

Finalizaron las negociaciones de un Acuerdo de Asociación entre Chile y Ecuador, profundización del ACE N° 32, que incluye además materias de los ámbitos político, cultural y cooperación.

Se destaca, además, la entrada en vigencia de los acuerdos Alcance Parcial con India y TLC con Japón, 17 de agosto y 03 de septiembre, respectivamente. A lo que se suma la aprobación por parte del poder legislativo del TLC Chile-Panamá en el cuarto trimestre del año 2007.

Por último, en el año 2007 se realizó un Estudio Conjunto entre Chile y Turquía que tuvo por objeto evaluar la factibilidad de la suscripción de un Tratado de Libre Comercio entre ambos países. Durante la preparación del Estudio se realizaron dos reuniones de trabajo, la primera (Julio 2007) en Santiago y la segunda (Octubre 2007) en Ankara. El Estudio concluyó que un TLC podría tener un impacto positivo en las relaciones económicas entre ambos países, por lo que se estima que en el primer semestre de 2008 se iniciarán las negociaciones.

En el ámbito de la administración de los acuerdos, respecto a América del Norte, se ejecutó la IV Comisión de Libre comercio del TLC con EE.UU. y se realizaron tres reuniones del Comité de Bienes, en las que se acordó, en principio, un paquete de bienes a los que se le acelerará su desgravación y se flexibilizaron ciertas normas de origen. Se concretó una reunión del Comité Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC). A fines del año 2007 se alcanzó el importante objetivo de abrir efectivamente el mercado de los Estados Unidos a las exportaciones chilenas de carnes de aves.

En relación a Canadá, se preparó y coordinó la VI Comisión de Libre Comercio y se realizó la primera Reunión de Comité de Bienes y Reglas de Origen, para discutir flexibilización y acumulación de normas de origen con Canadá. Adicionalmente, en julio de 2007 se cerró la negociación del capítulo de servicios financieros, se espera que durante el año 2008 se realicen los trámites legislativos que permitan su entrada en vigor. Además, con motivo de cumplirse los 10 años de entrada en vigencia del TLC Chile – Canadá, se realizaron una serie de actividades tanto en Chile como Canadá.

Con México se realizó la VII Reunión de la Comisión de Libre Comercio y se ha continuado dando seguimiento al conflicto para el acceso de productos pecuarios al mercado mexicano. Por otra parte, el 28 de agosto de 2007 se firmó el capítulo de Compras Públicas que será incluido en el TLC con dicho país. Otro hecho relevante, es el relanzamiento de las negociaciones de un capítulo de Servicios Financieros.

Con los países asiáticos se avanzó en la revisión legal del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo sobre Telecomunicaciones entre Chile y Corea con miras a la firma de este acuerdo y se realizó la reunión del Comité de Bienes, en Santiago entre los días 24 y 25 de octubre. También se realizó la IV Reunión de la Comisión Administradora, en Seúl los días 6 y 7 de noviembre. En este comité se dio revisión a los tres años de funcionamiento y los avances de los distintos comités.

En Julio se realizó la Primera reunión de la Comisión Administradora del P- 4, en Cairns, Australia. En ella hubo intercambio en torno a eventual ampliación del P- 4 y se definió la fecha de inicio de negociaciones ya comprometidas en materia de servicios financieros e inversiones.

Se realizó el IV Consejo de Asociación del Acuerdo de Asociación Chile-UE el 24 de julio en Bruselas, donde se firmó el 2º Protocolo de Adaptación por la incorporación de Bulgaria y Rumania al bloque europeo. En dicha reunión, las Partes destacaron al Acuerdo de Asociación como el instrumento que ha permitido hacer efectivo las relaciones entre Chile y la Comunidad Europea en materia comercial, se analizaron las perspectivas tendientes a reforzar los compromisos en materia de intercambio agrícola y de protección de la propiedad intelectual.

Durante el segundo semestre se llevaron a cabo, además, reuniones de los comités especiales del Acuerdo sobre Normas y Reglamentos Técnicos y Cooperación Aduanera. La reunión del Comité de Asociación se efectuó el 5 de diciembre en Bruselas.

Otras actividades relativas al Acuerdo de Asociación fueron: Seminarios de difusión en diversas ciudades de Chile de los compromisos contenidos en el Acuerdo sobre Vinos y Bebidas espirituosas y en el Capítulo de servicios. Asimismo, se efectuaron reuniones entre expertos chilenos de DIRECON, Ministerios de

Educación, Salud, ISP y la Comisión Europea destinadas a intercambiar información sobre los compromisos de protección de la propiedad intelectual contenidos en el Acuerdo y la legislación nacional.

Respecto al TLC Chile-EFTA, se organizaron y ejecutaron teleconferencia sobre Propiedad Intelectual Industrial y el envío de informes a las Embajadas de Chile en Suiza y Noruega. Chile y EFTA prepararon y presentaron conjuntamente las respuestas y explicaciones requeridas con ocasión del examen del TLC en el Comité de Acuerdo Regionales de la OMC, sesión que se efectuó el 13 de septiembre en Ginebra.

Con América del Sur se continuó el diálogo bilateral con Brasil a través de la Comisión Bilateral de Comercio, se constituyó la misma instancia con Uruguay y se reunió la Comisión Administradora del ACE 35 (MERCOSUR). Con Ecuador se reunió la Comisión Administradora del ACE 32 y con el resto de los países sudamericanos no realizaron reuniones de las Comisiones Administradoras.

En los temas de carácter multilateral, se participó en la Reunión de Altos Representantes de **APEC**, Ministeriales Conjuntas y Cumbre de Líderes de APEC, eventos que se realizaron en Australia. Asimismo, en reunión informal de altos Representantes del APEC Perú 2008, en Lima, los días 27 al 29 de noviembre. En lo que respecta a la **OMC**, se ha participado en las reuniones técnicas del G-20 y Grupo Cairo, el 15 de noviembre. Reuniones del Comité de Negociaciones Comerciales y Consejo General de la OMC, en las que se discutieron los avances de la negociación de la Ronda de Doha.

En relación a la organización del proceso de adhesión de Chile a la **OCDE**, se ha avanzado en la coordinación interministerial e internacional, así como en la evaluación de la legislación nacional con la normativa OCDE. El Consejo Ejecutivo de la OCDE aprobó la Hoja de Ruta de Chile y la preparación del cronograma de trabajo.

Por otro lado, considerando el crecimiento de las inversiones de capitales chilenos en el mundo, la DIRECON incorporó en su quehacer permanente el seguimiento y monitoreo de este nuevo y significativo componente de las relaciones económicas internacionales. Las inversiones chilenas aportan de manera sustantiva al relacionamiento económico exterior de Chile, especialmente en su dimensión regional. Durante el 2007 y con apoyo de las Oficinas Comerciales y del Programa BID para el fortalecimiento de la capacidad institucional de DIRECON, se llevó a cabo una cuantificación y caracterización de la inversión chilena acumulada en Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, México y Venezuela. Junto con una aproximación a los volúmenes y estructura de la inversión chilena directa en el exterior, se sistematizó el marco normativo local, se identificaron las principales dificultades y se propusieron líneas de acción a nivel público y privado. Adicionalmente, se constituyó un Grupo de Trabajo para la reflexión y definición de demandas ministeriales en materia de inversiones chilenas en el exterior. Los resultados de este trabajo están publicados en la página Web institucional.

En el área de promoción de exportaciones, en resumen se prestaron servicios a más de 5.000 empresarios a lo largo del país, esto implicó apoyar la realización de más de 4.300 reuniones de negocios con contrapartes extranjeras mediante el trabajo de sus 58 oficinas comerciales en el mundo; más de 600 programas de promoción de exportaciones ejecutados, que incluyen Sabores de Chile, Semanas Gastronómicas, Muestra y Cata de Vinos y las Semanas de Chile las que, además de la degustación de

productos y vinos chilenos, incluyen Ruedas de Negocios empresariales, pasarelas de moda y accesorios, locaciones de cine, seminarios de bonos de carbono y tecnologías de la información, entre otros.

A través del Fondo de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias (FPESA) se benefició a más de 1.500 empresas del sector silvoagropecuario y alimentos procesados a través de más de 250 programas de promoción de exportaciones. De los recursos destinados a la promoción de exportaciones, un 13% se dirigió a productos de la canasta innovadora: productos gourmet, frutos secos, berries, productos orgánicos y carnes exóticas. Asimismo, un 16% se destinó a programas de apoyo a la Agricultura Familiar Campesina.

Además se implementaron nuevos programas para apoyar el desarrollo de emprendedores con potencial exportador, tales como el Coaching Interempresarial, el Pymexporta o el Programa para la Internacionalización de la Agricultura Campesina (PIAC).

Por otra parte, se desarrollaron nuevos instrumentos de promoción de exportaciones, como los concursos para el sector manufacturero y servicios; los planes sectoriales y territoriales; y los concursos para estudios de prospección de mercado y plataformas de negocios con Corfo e Innova.

Una de las prioridades es apoyar el Posicionamiento de la Imagen País a través de la Promoción Comercial asociada a sectores relevantes para el país. Este proceso busca la ampliación, consolidación y profundización de la base exportadora nacional. Tal como se mencionó anteriormente se realizaron una serie de acciones, tales como:

- Semanas de Chile: integra en una sola actividad itinerante, una serie de acciones diversas de alto impacto en mercados específicos de una misma zona geográfica. Es así como, durante alrededor de una semana por mercado, se llevan a cabo acciones tan diversas como Sabores de Chile, Muestra y Cata de Vinos, Semanas Gastronómicas, Seminarios Técnicos, Actividades Culturales, Moda, Reuniones Bilaterales y Visitas a Terreno, entre otras. Se llevaron a cabo dos rutas: Europa en abril (Hamburgo, Londres y Madrid) y América del Norte en octubre (Toronto, Ciudad de México y Los Ángeles). En el marco de la visita de la S.E. la Presidenta de la República, Michelle Bachelet a Tokio se desarrolló una Semana de Chile en ese mercado, la que además contempló el lanzamiento de la Campaña de Imagen País en Japón.
- Sabores de Chile: se desarrollaron “Sabores de Chile” en cinco ciudades: Hamburgo, Londres, Madrid, Ciudad de México, Toronto y Los Ángeles. Durante la visita de S.E. la Presidenta de la República a Italia, ProChile organizó la recepción oficial en el formato “Sabores de Chile” a la que asistió el Primer Ministro de Italia.
- Muestra y Cata de Vinos: se realizaron en 21 mercados y estos fueron La Haya, Bruselas, Zurich, Hamburgo, Londres, Madrid, Moscú, Tokio, Seúl, Taipei, Singapur, Río de Janeiro, Sao Paulo, Bogotá, Caracas, Berlín, Estocolmo, Ciudad de México, Los Ángeles, Praga y Varsovia.

-
- **Semanas Gastronómicas:** se realizaron 12 semanas gastronómicas en las ciudades de Hamburgo, Londres, Madrid, Toronto, Ciudad de México, Los Ángeles, Milán, Buenos Aires, Sao Paulo, Miami, Ankara y Estambul.
 - **Ferias Internacionales:** ProChile coordinó y organizó la participación en 49 ferias internacionales, bajo el alero de un Pabellón-País en el que ProChile provee los servicios adicionales que el expositor requiere, con el fin que éste encuentre el ambiente y servicio necesarios para la concreción de negocios.
 - **Campañas Genéricas del Vino:** se continuó el fuerte apoyo en el desarrollo de Campañas de Imagen del Vino Chileno en América del Norte (Estados Unidos, Canadá y México), América del Sur (Brasil), Europa (Reino Unido, Irlanda, Dinamarca y Rusia) y Asia (Japón y Corea).
 - **Campañas Genéricas de la Fruta Fresca:** se realizaron campañas en Estados Unidos, Canadá y Europa (Reino Unido, Alemania, España, Italia, Rusia, Francia, Holanda, Polonia y República Checa), además de campañas de promoción específicas para las uvas y kiwis en Japón y Corea del Sur. También se ha seguido apoyando la ejecución de Campañas Genéricas para la Fruta en México y Colombia. Por otra parte, se desarrollaron campañas promocionales específicas para los arándanos y las cerezas en Reino Unido. La Asociación Gremial de Productores y Exportadores de Paltas Hass de Chile, con el apoyo de ProChile, ha continuado sus campañas de promoción para los mercados de Europa (España y Reino Unido) y en Argentina. En el marco de las campañas de la fruta de Estados Unidos y Europa se llevó a cabo, por primera vez, un exitoso programa de capacitación a empresas provenientes de la Agricultura Familiar Campesina, las que tuvieron acceso a una visita guiada a la Feria PMA en Estados Unidos y Fruit Logistica en Alemania, para continuar posteriormente con una prospección del mercado inglés.
 - **Campaña Genérica del Cerdo:** por segundo año consecutivo se realizó la campaña promocional del cerdo en Corea, que representa el segundo destino de nuestras exportaciones después de Japón.

A lo anterior, se suma la implementación de la Campaña Imagen País, principalmente ejecutando las siguientes actividades: se entregaron los resultados del Estudio de Percepción que, en general, constató que los esfuerzos de promoción de Imagen País durante el 2007 lograron resultados positivos, modificando favorablemente la imagen de Chile en importantes atributos y aumentando el potencial interés hacia Chile, sus productos y servicios. Además contempló Plan piloto en cinco mercados, en los que se realizaron las siguientes actividades:

- Shanghai (China): Boda pareja china a la chilena; "Festival de Chile" en el Super Brand Mall; Promoción en taxis.
- Corea (Seúl): Viaje periodistas coreanos a Chile y "Noche de Chile".
- Estados Unidos (Nueva York): Educational Press Trip a Chile y el lanzamiento del FilmChile.
- Francia: Lanzamiento "Chili, Le Sens de la Surprise", creación sitio web y viaje de periodistas franceses a Chile.
- Alemania: Suplemento en periódicos Handelsblatt y Die Zielt sobre Chile y viaje de periodistas a Chile.

-
- Japón (Tokio): Semana de Chile en Tokio y lanzamiento de la Campaña Imagen País en el marco de la Visita Presidencial.
 - Reino Unido (Londres) Destacada presencia de la Imagen País en taxis londinenses.

Adicionalmente se realizaron actividades en Chile como por ejemplo: Lanzamiento Sello Filatélico, Publicación en Revista IN Lan, Publicidad en el Aeropuerto Internacional de Santiago y Patrocinio a varios destacados eventos a realizarse en Chile, como el Mundial de Fútbol Femenino que se realizará en Chile el 2008.

Por otro lado, uno de los lineamientos estratégicos institucionales, es contribuir al desarrollo el sector exportador de servicios, destacándose la realización de las siguientes acciones:

- Encuesta sobre Exportaciones de Servicios: por iniciativa de ProChile se impulsó un proyecto interinstitucional tendiente a implementar una encuesta nacional que capture la información de exportaciones de servicios. La entidad ejecutora de la encuesta es el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), ésta se realizó entre los meses de julio y diciembre y permitió levantar los datos de los años 2005, y 2006.
- Sector audiovisual: presencia de Chile en el festival y mercado más importante del mundo “Marché du Films”, Cannes 2007, donde se consiguieron negocios por más de US\$5 millones; participación en el Festival de Cine Chileno realizado en Nueva York, Estados Unidos; misiones comerciales por productores nacionales a los mercados de México y Berlín; y la realización de la IV Mesa de Negocios en el marco del Festival Internacional de Cine de Valdivia, donde 16 proyectos de largometrajes chilenos pudieron promocionarse a nivel internacional.
- Sector Editorial: consolidación de la “Mesa por la Internacionalización del Libro” integrada por Corfo, Dirac, Asociación de Editores de Chile, Cámara Chilena del Libro, Correos de Chile y ProChile; presencia de Chile como Invitado de Honor en la Feria Internacional del Libro de Bogotá (capital mundial del libro); presencia con stand en la Feria del Libro de Perú, LASA en Montreal, Frankfurt y Guadalajara; presencia en la Feria del Libro de Bolivia, como Invitado de Honor; y destaca el desarrollo de un Catálogo de Promoción de los Cómicos Chilenos para el mundo, donde se muestra a 103 dibujantes nacionales dedicados al noveno arte.
- Servicios Medioambientales: en el subsector Bonos de Carbono se destaca la participación en la Carbón Expo, desarrollada en Colonia, Alemania. En la Feria se realizó la ceremonia de firma del ERPA entre la empresa chilena Ignisterra y la de suiza Climate Cent Foundation, por la compra venta del proyecto de biomasa Rusffin, por un valor total cercano a los US\$ 2.500.000. Venta de cuatro proyectos MDL que se promocionaron en el material gráfico que desarrolla anualmente ProChile. El monto de transacción asciende a US\$ 15.800.000.
- Servicios de Ingeniería: realización del Seminario Técnico “La Infraestructura como factor de crecimiento: La Experiencia de Chile y Panamá”, realizado el pasado 22 de marzo en Panamá y que fue inaugurado por la Presidenta de la República; participación en el Seminario Internacional “Marco Tributario Comparativo para las Exportaciones de Servicios a Argentina, Brasil y Perú”; y se adquirió un Monitor de Licitaciones en Latinoamérica, servicio que consolida la información

relativa a convocatorias de licitaciones y concursos públicos internacionales, que realizan los gobiernos de América Latina en sectores específicos.

Se destaca, además, la implementación de nuevos programas para las pymex chilenas, como son el Programa PYMEXPORTA, su finalidad es lograr un incremento sostenido de las exportaciones de las Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras (Pymex) hacia mercados con los cuales Chile ha suscrito Acuerdos Comerciales, durante el año 2007 participaron en sus distintas etapas más de 100 empresas. Programa piloto COACHING INTEREMPRESARIAL, consiste en una metodología basada en el coaching colaborativo, el cual permite generar un fuerte aprendizaje entre empresarios Pymex reales o con potencial exportador y empresarios con amplia experiencia exportadora, en el año 2007, 40 empresarios Pymex con potencial exportador (coachees), ocho empresarios con amplia experiencia exportadora (coach), más facilitadores de Fundación Emprender y profesionales de ProChile. Se conformaron cuatro grupos de 10 empresarios cada uno en los siguientes sectores: servicios, industrial, agroindustrial y mixto.

En información comercial, los servicios prestados permitieron un incremento del 26% con respecto a las atenciones realizadas el año 2006, ya sea a través del call center fonoexport, cyberexport y estudios a pedido. Además de una serie de talleres de capacitación tanto en la R.M. como en el resto de las regiones del país. Se publicaron dos revistas Chile en formato semestral, la que pretende ser una vitrina para mostrar los atributos de Chile tanto comerciales como turísticos. Se distribuyeron 8.000 ejemplares bilingües (español-inglés) por edición, y la versión N° 33 del Directorio de Exportadores, en el que se destacó por primera vez la oferta exportable de servicios con el listado de empresas exportadoras asociadas.

Con el propósito de contribuir al desarrollo de una oferta exportable regional (incluyendo a empresas que se localizan en algunas provincias de la Región Metropolitana) acorde a la demanda internacional, se trabajó con énfasis en los siguientes ejes: creación de las Direcciones Regionales de Parinacota y Los Ríos; desarrollo del Programa "Chile Piensa su Inserción Internacional desde las Regiones", mediante la identificación y elaboración de Planes de Acción de Clusters Exportadores Regionales (13 estudios); más de 320 actividades de capacitación, de las cuales el 52% se realizó fuera de la capital regional y se trabajó con las Agencias Regionales de Desarrollo Productivo; desarrollo de Planes Territoriales Acotados para la promoción de la oferta exportable regional.

Otro aspecto a destacar son las acciones de promoción comercial realizadas a objeto de reforzar las relaciones con los países de la región, especialmente con los países vecinos, como por ejemplo: se promovió la relación económico-comercial con las provincias limítrofes extranjeras, logrando formular cuatro proyectos con actividades exclusivamente relacionadas con Integración Vecinal. Estos proyectos se agruparon en "macrozonas" incluyendo en ellos las actividades que desarrollan las Direcciones Regionales en conjunto con las provincias vecinas más cercanas.

En este marco, se invitó a periodistas de Argentina, Bolivia y Perú a Chile; apoyo en Feria de la Construcción de Bolivia en Iquique; invitación de Exportadores bolivianos a Chile; misión conjunta entre SOFOFA-ProChile y Prompex (Perú) a Shangai, República Popular China. Junto con las acciones ya mencionadas, cabe destacar la Macrorueda de Negocios en Iquique, evento que se realizó durante el 29 y 30 de noviembre, en el que participaron 35 importadores de la región Asia-Pacífico invitados por ProChile

y 232 empresas exportadoras provenientes de países del cono sur de América latina, más 22 periodistas, entre otros. Además, en la Macrorueda se priorizó la promoción de productos de los sectores alimentario y servicios e insumos mineros, entre otros, y se realizaron en forma paralela ruedas de negocios, seminarios temáticos y exhibición ferial.

Por último, cabe destacar las acciones realizadas en alianza con Corfo e Innova. Se desarrollaron en conjunto dos programas de apoyo a los exportadores “Programa de Prospección de Mercados 2007”, para el cual se realizaron dos convocatorias; y “Diseño de Plataformas de Negocios”. En el programa Oficinas de Negocios de Chile se contrató conjuntamente un profesional para la Oficina en Nueva Zelanda.

5. Desafíos 2008

La DIRECON tiene una serie de desafíos para el año 2008, siendo lo más relevantes los que se presentan a continuación:

Reforzar las relaciones con los países de la región, especialmente con los países vecinos

Los países de la región representan para Chile un punto focal de su política exterior. Las relaciones de buena vecindad son claves para sostener y desarrollar los intercambios económicos que hemos logrado. Estos países constituyen un mercado privilegiado para la exportación de bienes industriales y recursos naturales procesados, al tiempo que son origen principal de importaciones claves para nuestra economía, incluyendo las importaciones de energía. Más aún, los países vecinos son el destino fundamental de nuestra creciente y ya muy significativa cartera de inversiones directas en el exterior, así como para la exportación de servicios. En consecuencia, es de gran interés profundizar los actuales acuerdos comerciales ampliando la apertura a los ámbitos de servicios, inversiones y compras gubernamentales.

Los acuerdos también deben ser perfeccionados en el ámbito de las disciplinas del comercio de bienes y, buscando, también, negociar sistemas más completos y eficientes de solución de controversias que hagan más difícil y costoso vulnerar los compromisos adquiridos.

Por otro lado, en el desarrollo de actividades que promuevan el intercambio comercial con los países vecinos, es fundamental involucrar a las regiones del país, ya que son ellas quienes conocen las ventajas y atributos de su oferta exportable, además de las necesidades y potencialidades de las regiones vecinas.

Así mismo, se esperan retomar las negociaciones con Nicaragua para suscribir el Protocolo Bilateral del TLC Chile Centroamérica. Junto a lo anterior, corresponderá participar en los trabajos parlamentarios con el objetivo de tramitar la aprobación de los tratados y acuerdos ya negociados. Estos se refieren a los Protocolos Bilaterales con Honduras y Guatemala que ese en marcan dentro del Tratado de Libre Comercio con Centroamérica; los Acuerdos de Libre Comercio con Colombia y Perú; el Acuerdo de Asociación con Ecuador; y la ampliación de los acuerdos vigentes con Canadá y con México para incluir los capítulos en materia de compras públicas.

El objetivo de mediano plazo es reducir significativamente las barreras arancelarias y para-arancelarias, armonizar las regulaciones en materia de normas técnicas y fitosanitarias, transparentar las adquisiciones públicas, regular las disciplinas comerciales y establecer mejores condiciones que incentiven las inversiones, el intercambio de servicios y el comercio electrónico.

Continuar incrementando las relaciones económicas con los países asiáticos

Nuestro país requiere avanzar en su meta estratégica de mejorar sus relaciones económicas y comerciales con la región más dinámica de la economía mundial, para lo cual uno de los instrumentos más importantes son sin duda los acuerdos con China, Japón, Corea e India. Durante el año 2008 se continuarán – y eventualmente concluirán – las negociaciones con vistas a un TLC con Malasia y Australia, y si las condiciones políticas lo permiten, con Tailandia, país con el cual ya se completó un estudio de factibilidad con positivos resultados. Además se iniciarán las negociaciones con Vietnam con la perspectiva de un futuro TLC. Por otro lado, se completarán las negociaciones para la ampliación del TLC con China para incluir los capítulos de servicios e inversiones, y se dará inicio a las negociaciones para la ampliación del P4 (Nueva Zelanda, Brunei y Singapur) en los capítulos de servicios financieros e inversiones.

Perfeccionar y ampliar los acuerdos comerciales

Corresponderá participar en los trabajos parlamentarios con el objetivo de tramitar la aprobación de los tratados y acuerdos ya negociados. Estos se refieren a los Protocolos Bilaterales con Honduras y Guatemala que ese en marcan dentro del Tratado de Libre Comercio con Centroamérica; los Acuerdos de Libre Comercio con Colombia y Perú; el Acuerdo de Asociación con Ecuador; y la ampliación de los acuerdos vigentes con Canadá y con México para incluir los capítulos en materia de compras públicas. Asimismo, se esperan retomar las negociaciones con Nicaragua para suscribir el Protocolo Bilateral del TLC Chile Centroamérica.

El objetivo de mediano plazo es reducir significativamente las barreras arancelarias y para-arancelarias, armonizar las regulaciones en materia de normas técnicas y fitosanitarias, transparentar las adquisiciones públicas, regular las disciplinas comerciales y establecer mejores condiciones que incentiven las inversiones, el intercambio de servicios y el comercio electrónico.

Finalmente, habiéndose terminado con resultados positivos un estudio conjunto de factibilidad para un TLC entre Chile y Turquía, se espera iniciar negociaciones con ese país en el curso del año 2008.

Administrar e implementar los Acuerdos Comerciales en vigencia

En esta nueva etapa de la política comercial del país, los acuerdos bilaterales y subregionales suscritos, junto a las normas y procedimientos multilaterales que rigen en el marco de la OMC y ALADI, representan herramientas importantes para el desarrollo de la economía nacional que deben ser aprovechadas en toda su potencialidad. Para esto – y sobre la base de consensos que se articulen con el sector privado- se buscará reforzar la eficaz gestión de los acuerdos comerciales, incluyendo la oportuna respuesta ante los conflictos comerciales que puedan surgir en el marco de una creciente interdependencia económica.

La ampliación de los acuerdos al ámbito de los servicios y de las inversiones deberá dar origen a nuevas formas y herramientas para dar seguimiento a los acuerdos. En particular, a la luz de la gran expansión de la inversión chilena en el exterior, se hace necesario mantener una información actualizada de su evolución. Esto contribuirá a integrar en la implementación y el seguimiento de acuerdos el impacto de los flujos de capital sobre el comercio y las nuevas oportunidades de negocios.

En este contexto, uno de los desafíos para el país y sus empresas, en especial las pequeñas y medianas con potencial exportador y exportadoras, es que se transformen en exportadoras permanentes. En este sentido, se desarrollarán acciones que contribuyan a generar capacidades en las PYMEX, a objeto que estén en condiciones de diseñar e implementar estrategias de internacionalización, para lo cual ProChile cuenta con una serie de instrumentos de apoyo y herramientas que contribuyan a lo anterior.

Contribuir activamente al fortalecimiento del sistema multilateral de comercio

Nuestras prioridades serán participar activamente en las negociaciones de la Ronda de Doha de la Organización Mundial de Comercio (OMC); impulsar la integración de las economías del Asia-Pacífico fortaleciendo APEC, y proponer y apoyar el desarrollo de iniciativas de mayor integración en el marco de la ALADI y de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR).

En las negociaciones internacionales en curso, nuestro país apoyará y contribuirá al perfeccionamiento de las reglas del sistema multilateral para poner fin a políticas y prácticas proteccionistas que retrasan el crecimiento y el desarrollo.

Se buscará ampliar y profundizar los acuerdos que nuestro país ha suscrito con sus socios latinoamericanos en el marco jurídico de la ALADI, buscando también avanzar, en la medida de lo posible, hacia la armonización y convergencia de los acuerdos existentes en la región en relación con sus principales disciplinas comerciales. Asimismo, especial énfasis deberá otorgarse a los acuerdos de integración energética y de la infraestructura de transportes.

En APEC se abordará técnicamente la agenda APEC Perú 2008 acorde con los lineamientos de nuestra política exterior en el área Asia Pacífico, con el objeto de asegurar el mejor escenario del encuentro político de Líderes de las economías integrantes del Foro, a fines de este año. Se promoverán las iniciativas conducentes a compatibilizar los acuerdos bilaterales y subregionales con las metas de Bogor de liberalización comercial y financiera en Asia-Pacífico.

Con respecto a la OCDE, se coordinarán las actividades para el cumplimiento del cronograma establecido en la Hoja de Ruta para la adhesión de Chile a ese Organismo.

En materia de promoción de exportaciones, los desafíos 2008 se enmarcan en los lineamientos estratégicos institucionales definidos para el período 2007-2010:

- Cliente foco la Pequeña y Mediana Empresa Exportadora (Pymex).
- Potenciar el desarrollo exportador desde las regiones del país.
- Imagen País para mejorar la competitividad de nuestros productos y servicios.
- Innovación, a través de la generación de nuevos instrumentos para las Pymex y de alianzas estratégicas inter-institucionales.
- Potenciar el desarrollo de la exportación de servicios.
- Focalización, mediante la priorización de sectores y mercados.

Considerando lo anterior, los desafíos se resumen en los siguientes aspectos:

- Incrementar el trabajo con la PyMEX a través de los Programas tradicionales de la institución, así como, de los específicos para este segmento de empresas (PyMEXPORTA, Programa Coaching Interempresarial y Programa de Internacionalización de la Agricultura Campesina). El desafío es incrementar el trabajo de ProChile con empresas PyMEX. Asimismo, se concretará un interesante estudio que permitirá definir el nivel de penetración que la PyMEX chilena tiene en los canales de comercialización internacionales, y la forma en que las microempresas están logrando exportar.
- Potenciar el desarrollo exportador desde las regiones del país, para lo cual se continuará con el reforzamiento de la Red Interna, con el trabajo ya avanzado en materia de cluster exportadores, realización de Macro Ruedas de Negocios e implementación del Plan Vecinal que apunta a una mayor integración con los países vecinos. Todo lo anterior, en estrecha vinculación con las Agencias Regionales de Desarrollo Productivo.
- Campaña Imagen País se ejecutará acorde el Plan Estratégico 2008-2010 en coordinación con otros organismos del Estado y el sector privado. La licitación pública efectuada en el 2007 genera como desafío iniciar las campañas en nueve mercados durante el segundo semestre 2008 y efectuar acciones de continuidad en los mercados seleccionados 2006-2007 durante el primer semestre 2008.
- Innovación a través de nuevas metodologías de trabajo y servicios para la internacionalización de las PyMEX, en donde se espera extender el Programa de Coaching Interempresarial a dos regiones del país más la RM, profundizar el acuerdo de colaboración entre ProChile-CORFO-Innova a través de la implementación de la Oficina de Negocios de Chile en Madrid, y el desarrollo de plataformas de negocios privadas en el exterior.
- Profundizar el trabajo en torno al desarrollo exportador en el área de servicios, se trabajará con los próximos resultados de la Primera Encuesta sobre Exportaciones de Servicios, realizada conjuntamente con el INE. Se trabajará en la incorporación de nuevos sectores a la oferta exportable de servicios, tales como, offshoring, biotecnología, ensayos clínicos, entre otros.
- Medir el impacto de la priorización de subsectores y productos por mercado efectuada para el 2008 durante el ejercicio 2007, y ajustar esta priorización y su metodología para el año 2009.

Estos desafíos implica llevar a cabo una serie de actividades de promoción de exportaciones, tales como:

- Implementación de 32 Planes de Promoción de Exportaciones Sectoriales a nivel nacional y 23 Planes de Promoción de Exportaciones a nivel regional.
- Organización y participación en 50 Ferias Internacionales (monográficas y multisectoriales)
- Semanas de Chile en Asia (Seúl, Beijing, Shanghai, Ho Chi Minh) y Sudamérica (Sao Paulo, Bogotá), que incluye Sabores de Chile y Ruedas de Negocios multisectoriales.
- 15 Semanas Gastronómicas: Ho Chi Minh, Seúl, Shanghai, Sao Paulo, Bogotá, Buenos Aires, La Paz, Lima, Londres, Panamá, Washington, Ciudad de México, Miami, París y Tokio.
- 17 Programas de Muestra y Cata: Holanda, Bélgica, Rusia, Japón, Corea, India, Brasil, Perú, Ecuador, Suecia, Noruega, Alemania y México.
- Posicionamiento específico de productos alimentarios como Berries (Reino Unido), Uva, Kiwi (Japón y Corea), Palta (Reino Unido, España y Argentina), Aceites de Oliva y de Palta.

-
- Difusión de nuevos beneficios que otorga Pymexporta (programa piloto co-ejecutado con la CCS y financiado con el Fomin del BID) a las Pymex en la solución de los obstáculos para acceder a mercados con los que Chile posee Acuerdos de Libre Comercio.
 - Encuentro de Agregados Comerciales y Agrícolas en Toronto.
 - Auspicio de Conferencia Global del Financial Times sobre “Outsourcing y Offshoring” y Cena VIP. ProChile y Corfo. El auspicio da derecho a un expositor, realizar actividades promocionales, nombres y logos en todo, pases y otros.
 - Continuación del trabajo en Compras Públicas en México (Licitación Estudio Oportunidades Comerciales) y en la Unión Europea (implementación Plan Piloto y promoción selectiva entre las empresas con potencial de exportación).

Finalmente, en el marco de la Campaña Imagen País:

- Presentación Plan Posicionamiento Estratégico de la Marca Chile 2008- 2010 (Agencia Ogilvy)
- Coordinación Campañas de Imagen País en 9 mercados (Estados Unidos, México, Reino Unido, España, Alemania, China y Japón. Acciones puntuales: México y Brasil.
- Coordinación interna Imagen País en las 15 regiones de Chile.